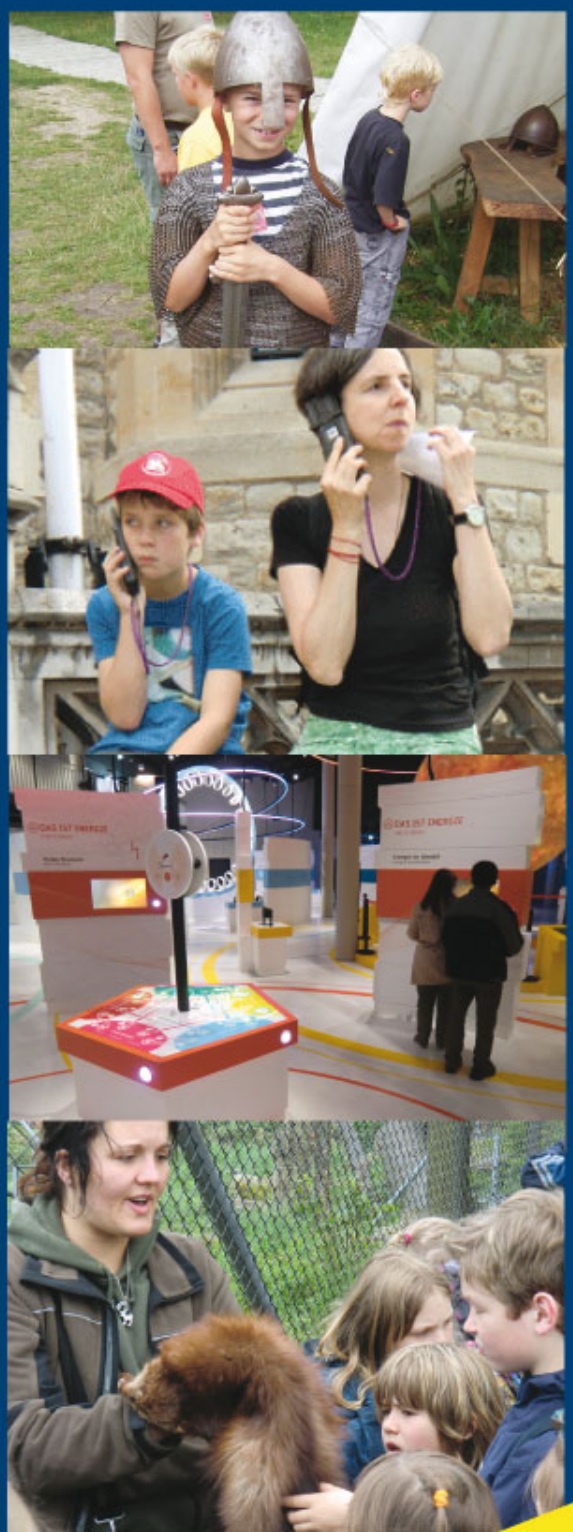
Lars Wohlers

INFORMELLE BILDUNG

Natur- und Kulturerbe freizeitorientiert vermitteln –

ein Handbuch für Tiergärten, Großschutzgebiete, Museen, Botanische Gärten und historische Orte



Erhältlich unter www.informelle-bildung.de
(e-Book kostenfrei, Druckversion 18,50 € zzgl. Versand)

KON-TIKI
Bildungs- und Erlebnisplanung

ISBN 978-3-00-052264-2

Vorwort

Ende der 1980er Jahre konnte ich erste Praxiserfahrungen mit informeller Bildung im wunderschönen Nationalpark Wattenmeer sammeln. In dieser Zeit kam ich mit vielen Facetten dieser Arbeit in Kontakt: so führte ich Gäste über den Meeresboden, entwickelte Texte für den Salzwiesengarten eines Nationalparkzentrums, betreute die dortige Dauerausstellung, hielt Vorträge über die Ökologie des Wattenmeeres, gestaltete Kindernachmittage und vieles mehr.

Mein Interesse an dieser Form der freizeitorientierten Bildung konnte ich während des Studiums der Angewandten Kulturwissenschaften an der Universität Lüneburg vertiefen, auch, wenn das Thema als solches nicht direkt behandelt wurde. So nahm ich auch eher durch Zufall an einer Lehrveranstaltung teil, in der ich ein Referat über Besucherforschung halten konnte, damals wie heute ein eher stiefmütterlich behandeltes Thema. Dadurch, durch ehrenamtliche Tätigkeiten in der Umweltbildung sowie zahlreiche Reisen auch nach Großbritannien und Nordamerika lernte ich nach und nach methodisch-didaktische Strukturen kennen, die in angloamerikanischen Ländern traditionell deutlich stärker ausgeprägt sind als andernorts.

Meine wissenschaftliche Neugier durfte ich ab Mitte der 1990er Jahre bis 2006 als Mitarbeiter am Institut für Umweltkommunikation der Universität Leuphana befriedigen. Dank meines damaligen Chefs, Professor Gerd Michelsen, hatte ich die Freiheit, mich mit einem bis dahin im deutschsprachigen Raum noch unbekannten Themenfeld zu befassen, der informellen Umweltbildung.

Da mich schon immer die praktische Seite von Wissenschaft besonders interessiert hat, war der Übergang von der Universität in die Selbstständigkeit eher fließend. Das 10-jährige Bestehen von KON-TIKI habe ich nun als Anlass genommen, einige Erfahrungen und Erkenntnisse aus den vergangenen 25 Jahren zusammenzufassen. Den Weg von der Theorie zur Praxis ebneten mir dabei vor allem die Überlegungen von Prof. Steve Van Matre/USA, dem ich ebenfalls zu großem Dank verpflichtet bin.

Natürlich würde ich mich freuen, wenn meine Ausführungen Sie bei Ihrer Arbeit unterstützen und ich vielleicht eines Tages von Ihren Erfahrungen hören oder lesen dürfte.

Heiligenthal im Sommer 2016 Lars Wohlers

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis i
Grafiken v
Kästen v

1. Einleitung 5

2. Planung informeller Bildung 11
2.1 Zielgruppenorientierung 12
2.2 Erlebnisse schaffen 20
2.3 Informelle Bildungserlebnisse 22
2.3.1 Die pädagogische Tetrade 24
2.3.2 Bedeutungsvolle Inhalte 28
2.4 Willkommen heißen – Motto: „Schön, dass Sie da sind!“ 37
2.5 Orientierung bieten – Motto: „Da geht´s lang!“ 41
2.6 Botschaften formulieren – Motto: „Weniger ist mehr!“ 43
2.7 Image bestimmen – Motto: „Kleider machen Leute!“ 49
2.8 Merkhilfen entwickeln – Motto: „Dem Esel eine Brücke bauen!“ 52
2.9 Methoden erarbeiten – Motto: „Form follows function!“ 54
2.10 Abfahrt – Motto: „Bis zum nächsten Mal!“ 58

3. Texte in der informellen Bildung 59
3.1 Verständlichkeit 61
3.1.1 Gliederung und Ordnung 61
3.1.2 Sprachliche Einfachheit 62
3.1.3 Kürze und Prägnanz 64
3.1.4 Zusätzliche Stimulanz 66
3.2 Leserlichkeit 68
3.1.1 Sichtentfernung und Buchstabengröße 68
3.1.2 Groß- und Kleinschreibung 69
3.1.3 Abstände und Drucktypen 70
3.1.4 Platzierung von Texten an Ausstellungswänden 70
3.3 Lesemotivation 71

4. Gästeführungen **77**
4.1 Die persönliche Einstellung 82
4.2 Vorbereitung 84
4.3 Die Führung 89
4.3.1 Willkommen und Orientierung 89
4.3.2 Passende Stationen 90
4.3.3 Übergänge 91
4.3.4 Störfaktoren 93
4.3.5 „Salzen“ Sie Ihre Tour 94
4.3.6 Sprache 95
4.3.7 Interaktion 96
4.3.8 Und „Tschüß“! 99

5. Besucherforschung **101**
5.1 Kriterien zur Erzielung aussagekräftiger Ergebnisse 105
5.1.1 Gültigkeit 107
5.1.2 Repräsentativität 108
5.1.3 Verlässlichkeit 110
5.1.4 Fazit 111
5.2 Befragungen 112
5.2.1 Voraussetzungen gelingender Befragungen 114
5.2.2 Allgemeiner Ablauf eines Befragungsprojekts 118
5.2.3 Praxis-Beispiele 120
5.2.3.1 Befragungsfallbeispiel 1 120
5.2.3.2 Befragungsfallbeispiel 2 121
5.2.3.3 Befragungsfallbeispiel 3 125
5.3 Beobachtungen 127
5.4 Besucherforschung – weit mehr als Köpfe zählen 131

Literaturverzeichnis Kapitel 1/2 134
Literaturverzeichnis Kapitel 3 136
Literaturverzeichnis Kapitel 4 138
Literaturverzeichnis Kapitel 5 139
Über den Autor 140

1. EINLEITUNG

Informelle Bildung ist erlebnisorientierte Bildung in Urlaub und Freizeit. Der Wunsch, die Bedeutung unseres Natur- und Kulturerbes auch außerhalb schulischer Einrichtungen zu vermitteln, ist dabei so alt wie die Menschheit.

Die australischen Ureinwohner beispielsweise überlieferten durch Gesänge eine Art detaillierter kultureller und zugleich natürlicher Landkarte ihres Lebensraums. Sie orientierten sich dafür an Landschaftsmerkmalen wie Flüssen, Bergen oder auch Felszeichnungen ihrer Ahnen. Diese Elemente sind wiederum eingebunden in die Mythen und Geschichten ihrer Stammeskultur.

Oder nehmen wir sakrale Bauten wie Notre Dame. Zumindest im Mittelalter muss ein Besuch solcher Kathedralen mit ihrer überwältigenden Architektur und epochentypisch durchgestylten Bildsprache wie ein überwältigender „Kinobesuch“[1] gewirkt haben.

Auch der Gedanke, Objekte oder Lebewesen zu sammeln und auszustellen existiert weltweit seit Jahrhunderten, zum Teil seit Jahrtausenden. Klassische Beispiele informeller Bildung sind Museen und Tiergärten. Letztere dienten in

früheren Zeiten als Ausdruck von Macht an den Herrscherhöfen Chinas oder der Azteken. In Europa wurden erst viel später Tiere zum Vergnügen des Adels gesammelt. Im 19. Jahrhundert schließlich wurden wilde Tiere auch der faszinierten, breiten Öffentlichkeit vorgeführt (Abb. 1). Nach und nach entwickelten sich so die heute beliebten Zoos und Wildparks mit modernen Zielen wie Erholung, Arterhaltung und eben Bildung.

Abb. 1: „Tierschaubuden", Vorläufer moderner Tierparks und Zoos im 19. Jahrhundert

Ebenfalls bekannt für informelle Bildung sind heute Großschutzgebiete. Ende des 19. Jahrhunderts waren es keine Wissenschaftler, sondern Landschaftsmaler und Schriftsteller, die in vielen Ländern Menschen für die Einrichtung von Schutzgebieten begeisterten. Diese Förderung der Begeisterung für natürliche Landschaften war ein früher Meilenstein des modernen Naturschutzes. Aber auch botanische Gärten und historische Stätten haben eine lange Tradition als Orte informeller Bildung.

Diese Auflistung ließe sich für viele Zeiten und Kulturen fortführen. Mit den hier genannten Beispielen sei lediglich darauf hingewiesen, dass informelle Bildung beziehungsweise die Vermittlung außerhalb schulischer Institutionen kein grundsätzlich neues Themenfeld unserer Zeit ist.

Daher verwundert es nicht, dass es vielfältige Diskussionen und Begrifflichkeiten rund um Bildung und Lernen außerhalb klassischer Bildungseinrichtungen gibt. Ausgehend von der allgemeinen Idee einer freizeitorientierten Vermittlung haben sich unterschiedliche Begriffe entwickelt, beispielsweise Edutainment, Erlebnispädagogik, Interpretation oder, wie hier: informelle Bildung (Kasten 1). Bei genauerer Betrachtung zeigen sich viele Gemeinsamkeiten dieser Bereiche. Im Folgenden werden speziell allgemeine Merkmale informeller Bildung zusammengefasst.

2. Planung informeller Bildung

Vor einigen Jahren nahm ich an einer Tagung über Ausstellungen teil. Abends, beim Bier, unterhielt ich mich mit zwei Mitarbeitern eines Naturkundemuseums. Ich wusste, dass eine größere Ausstellung geplant war und hoffte interessiert auf Informationen über den Stand der Dinge. Die bekam ich dann auch, nur anders als gedacht. Meine Frage, wie weit denn das Konzept sei und ob ich dieses vielleicht sogar mal einsehen könnte, wurde mit Gelächter zur Kenntnis genommen.
Ein Konzept? Das würde sich ohnehin laufend ändern, so was hätte man nur für die Einwerbung von Fördermitteln gebraucht. Was im Endeffekt dabei herauskäme, wisse sowieso keiner so genau. Mein Einwand, dass es hier doch aber auch um die Sicherung der Angebotsqualität gehe und darüber hinaus doch sicherlich ein Teil der laufenden Kosten auch erwirtschaftet werden müssten, wurde ebenso amüsiert zur Kenntnis genommen: *„Wenn wir rote Zahlen schreiben, dann übernimmt eben das Land!“* Eine erstaunliche Aussage.

Ein Vertreter der finnischen Sektion des europäischen Großschutzgebietsverbandes EUROPARC Federation brachte es einmal wie folgt auf den Punkt:

GÄSTEGRUNDRECHTE

Komfort – „Erfülle meine Grundbedürfnisse."
Gäste benötigen schnellen, einfachen, augenfälligen Zugang zu sauberen, sicheren, barrierefreien sanitären Anlagen, Trinkwasser, Essen, Wickelräumen und reichlich Sitzgelegenheiten. Sie brauchen außerdem vollständigen Zugang zu den Ausstellungen.

Orientierung – „Mach es mir leicht, meinen Weg zu finden."
Gäste müssen sich eine Vorstellung von ihrer Umgebung machen können. Klare Hinweisschilder und gut geplante Räume erleichtern es ihnen, zu erkennen, was sie erwartet, wohin sie gehen sollen, wie sie dort hinkommen und worum es geht.

Willkommen / Zugehörigkeit – „Heiß mich willkommen."
Freundliche, hilfsbereite Mitarbeiter nehmen Gästen ihre Schwellenangst. Wenn sich die Gäste in den Ausstellungen und Programmen wiederfinden und sich durch das Personal angesprochen fühlen, haben sie eher das Gefühl, am richtigen Ort zu sein.

Vergnügen – „Ich möchte Spaß haben!"
Gäste möchten eine schöne Zeit verbringen. Stoßen sie hingegen auf Hürden (z.B. ungepflegte Ausstellungen, unattraktive Aktivitäten, unverständliche Texte), kann dies für sie frustrierend, langweilig oder verwirrend sein.

Gesellschaft – „Ich bin gekommen, um hier Zeit mit meiner Familie und meinen Freunden zu verbringen."
Gäste kommen im Rahmen eines Ausflugs mit Familie oder Freunden (oder allgemein, um unter Leute zu kommen). Sie möchten sich unterhalten können, sich austauschen und ein gemeinsames Erlebnis haben (...).

Respekt – „Akzeptiere mich und meine Vorkenntnisse."
Gäste möchten mit ihrem individuellen Kenntnis- und Interessensstand angenommen werden. Sie möchten in Ausstellungen nicht durch Tafeln oder Mitarbeiter ausgeschlossen, bevormundet oder belächelt werden.

Kommunikation – „Hilf mir zu verstehen und lass auch mich erzählen."
Gäste benötigen akkurate, ehrliche und klare Kommunikation durch Tafeln, Programme und Mitarbeiter. Sie wollen Fragen stellen und andere Ansichten vorbringen.

Lernen – „Ich möchte etwas Neues lernen."
Erwachsene Gäste kommen (und bringen teilweise auch ihre Kinder mit), „um etwas Neues zu lernen", aber alle lernen es auf unterschiedliche Art und Weise. Es ist wichtig zu wissen, wie Gäste lernen, und ihre Kenntnisse und Interessen vorab zu erschließen. Das Vermeiden von Ablenkungen (wie Besuchermassen, Lärm und Informationsüberflutung) ist hierfür ebenfalls hilfreich.

Auswahl und Kontrolle – „Lass mich selbst auswählen, gib mir etwas Kontrolle."
Gäste brauchen eine gewisse Autonomie: die Freiheit, Entscheidungen zu treffen und selbst Kontrolle auszuüben. Die Gelegenheit, so vielen Dingen wie möglich nahe zu kommen und sie zu berühren. Sie brauchen Körpergefühl und wollen sich frei bewegen können.

Abgesehen davon kann eine Vorab-Befragung (also eine Befragung *vor* einer neuen Konzeption) dazu beitragen, im Vorfeld fachliche Irrtümer auf Seiten der Gäste zu erkennen. Das kann konzeptionell sehr wichtig sein kann. So plante das Technik-Museum in Philadelphia eine Ausstellung zum Treibhauseffekt. Eine vorab durchgeführte Befragung der Gäste ergab, dass zwei Drittel der Gäste der Auffassung waren, der Treibhauseffekt würde durch das Ozonloch verursacht.[26] Diese Erkenntnis führte im Ergebnis zu einer zielgruppengerechten Anpassung der Konzeption, bei der dieser Irrtum bereits in der Einleitung der Ausstellung aufgegriffen wurde.

c. Bildung für nachhaltige Entwicklung

Kurz gesagt geht es bei Bildung für eine nachhaltige Entwicklung (BnE) um die Integration von ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Themen.[28] Während viele der in BnE formulierten Aspekte grundsätzlich einer guten Bildung entsprechen, ist vor allem die integrative Betrachtung bedenkenswert. Dies gilt vor allem für Einrichtungen, die traditionell von ihrem Thema her eher einseitig ausgerichtet sind, zum Beispiel Tiergärten oder Kunst- und Technikmuseen.

So zeigt allein schon die Unterscheidung in *Natur*erbe einerseits und *Kultur*erbe andererseits, dass hier eine „Schere im Kopf" wirksam wird, denn unser Naturerbe ist immer auch kulturell beeinflusst, und unser Kulturerbe immer auch von natürlichen Faktoren abhängig.

Beispiele: In vielen Tiergärten und Schutzgebieten geht es häufig immer noch rein um die Naturausstattung. Die Prägung von Natur und Landschaft, von Tieren und Pflanzen durch die Tätigkeit des Menschen wird nur wenig berücksichtigt. In Einrichtungen des Kulturerbes hingegen könnte zum Beispiel durchaus stärker auch auf naturgeschichtliche Zusammenhänge und deren Einflüsse auf das kulturelle, politische und wirtschaftliche Geschehen eingegangen werden (Klimageschichte, Geologie, Ökologie). Einen sehr interessanten Zugang hierzu bietet der Ansatz des Interpretive Design von Van Matre, der im Folgenden überblicksartig vorgestellt wird.[29]

Grafik 3: Die großen Ziele drücken sich derzeit vor allem in den durch die UN formulierten Nachhaltigkeitszielen aus.

3. Texte in der informellen Bildung

Wetten, dass Sie den nachfolgenden Schildertext nicht verstehen, geschweige denn in eigenen Worten wiedergeben können?

„Der Nationalpark beginnt im Abstand von 150 m von der seewärtigen Kante der Krone der Landesschutz- oder Sommerdeiche, vom Böschungsfuß der Deckwerke bei unbedeichten Uferstrecken und von der Abbruchkante oder MThw-Linie."

Und? Was meinen Sie? Zumindest bislang konnte kein Workshop- oder Vortragsteilnehmer dieses Formulierungsungetüm übersetzen (nicht mal in Schleswig-Holstein). Der Satz stammt von einem für die Öffentlichkeit gedachten Schild im Nationalpark Wattenmeer.[1] Es finden sich praktisch alle nur erdenklichen Fehler, die in unverständlichen Texten auftauchen können.

Neben dem Aspekt der Verständlichkeit sollten wir auch bedenken, dass Beschilderungen Geld kosten - vor allem, wie im oben genannten Beispiel, im materialintensiven Flutbereich der Küste. Die Ausgabe von Steuergeldern ist daher ein Grund mehr, Texte zielgruppenorientiert zu formulieren.

Doch von der sinnvollen Verwendung meist staatlicher Mittel einmal abgesehen, wie lassen sich Sprachmonster wie das oben vorgestellte vermeiden? Darum geht es in diesem Kapitel.

[1] Soweit nicht anders angegeben, beruhen alle Beispiele in diesem Kapitel, bis auf ein gekennzeichnetes Zitat, auf realen, anonymisierten Textbeispielen informeller Bildungseinrichtungen.

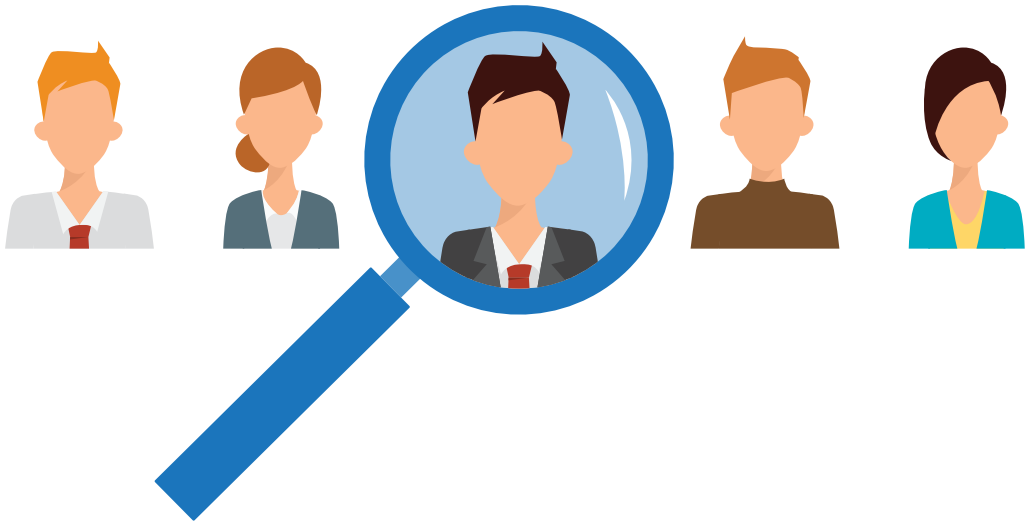
4. GÄSTEFÜHRUNGEN

Ein Auftraggeber, für den wir einmal eine kleine Ausstellung planen sollten, formulierte folgende Ansprüche: „*Die Ausstellung sollte vandalismussicher, leicht zu aktualisieren, barrierefrei, bei Platzbedarf einfach an die Seite zu räumen, interaktiv und natürlich hoch attraktiv sein*."

Der Kunde hatte damit in einem Satz häufige Erwartungen an Ausstellungen zusammengefasst. Gleichzeitig hatte er indirekt aber auch die Vorteile personeller Vermittlung (hier: von Gästeführungen) auf den Punkt gebracht.

Vorteile von Gästeführungen
Gefragt nach seiner bevorzugten Methode in der informellen Bildung, hebt auch Sam Ham die Qualitäten der personellen Vermittlung hervor, hier speziell von Gästeführungen. Von Menschen „live" durchgeführte Angebote haben Ham zufolge Vorteile, die er folgendermaßen humorig zusammenfasst:[1]

- Sie sind voll interaktiv.
- Sie verfügen über den schnellsten und stärksten Prozessor.



5. Besucherforschung

Vor einigen Jahren wurden wir beauftragt, eine neue Ausstellung zu evaluieren. Die Kosten für Planung, Gestaltung und Bau der Ausstellung bewegten sich im Millionenbereich. Dementsprechend groß waren die Erwartungen. Während des Auftaktgesprächs fragte ich unseren Auftraggeber, mit welcher durchschnittlichen Gesamtverweildauer in der Ausstellung gerechnet würde. Die Antwort: *„Na ja, also eine Dreiviertelstunde mindestens!"* Aufgrund von Erkenntnissen aus der Besucherforschung[1] ging ich hingegen von weniger als 20 Minuten aus. Tatsächlich waren es durchschnittlich 15 Minuten, welche die Gäste in der Ausstellung verbrachten, wobei an knapp einem Fünftel der Ausstellungsstationen durchschnittlich etwa eine halbe Minute verbracht wurde. Diese Ergebnisse sind übrigens recht typisch. Und auch vor dem Hintergrund zahlreicher selbst durchgeführter Evaluationen möchte ich behaupten, dass die Kenntnis und Berücksichtigung solcher Daten bei Ausstellungsplanungen ausgesprochen hilfreich sein können.

„Wenn ich das damals gewusst hätte!" - so nennt dementsprechend der amerikanische Besucherforscher Doug Knapp ein zentrales Kapitel seines Buches über angewandte Besucherforschung[2]. Darin fasst er zahlreiche geprüfte (= evaluierte) Praxiserfahrungen von sich und Kollegen aus 25 Jahren zusammen.

Diese gesammelten Ergebnisse bilden eine sogenannte Meta-Analyse. Dabei werden die Daten ähnlicher Untersuchungen miteinander verglichen, um besser verallgemeinerbare Kriterien guter Praxis zu ermitteln. Das Buch von Knapp zeigt einmal mehr, dass wir durch Besucherforschung beziehungsweise Evaluationen immer auch etwas schlauer werden können.

Es lohnt es sich also, „genauer hinzusehen". Grundsätzlich ist das Ziel von Evaluationen, dass wir uns in möglichst regelmäßigen Abständen gezielt praxisrelevante Rückmeldungen über die Ergebnisse unserer Arbeit einholen. Wie wirkt zum Beispiel in einem Museum die Ausstellung, in einem Zoo das Gehege, in einer Nationalpark-Ausstellung der Film auf den Gast? Erreichen die Angebote beim Gast das, was sie erreichen sollen? Können unsere Besucher sich gut orientieren? Ist die Beschilderung verständlich und interessant? So gibt es vielfältige Möglichkeiten, die eigene Bildungsarbeit zu überprüfen und im übertragenen Sinne unseren „Blick zu schärfen" und „Betriebsblindheit" vorzubeugen.

Dabei sind keine großen, wissenschaftlich angelegten Studien von Nöten. Wie bei einem Augentest sollten die Überprüfungen möglichst ***einfach, schnell und kostengünstig*** durchzuführen sein, um „blinde Flecke" in der eigenen Arbeit frühzeitig zu erkennen (Abb. 65). Das bedeutet nicht, dass Kooperationen mit externen Forschungseinrichtungen nicht sinnvoll wären, im Gegenteil. Doch das *Alltagsgeschäft* muss intern organisierbar sein, wenn es langfristig aufgebaut werden und wirken soll.

Die Absicht dabei ist, immer besser zu werden. Das ist gut für den Gast und natürlich ist es auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter befriedigender, wenn sich die eigene Arbeit stetig verbessert. Auch die Beschaffung von Sponsoren- oder Stiftungsmitteln wird potenziell erleichtert, wenn Maßnahmen der Qualitätsentwicklung regelmäßig durchgeführt werden.

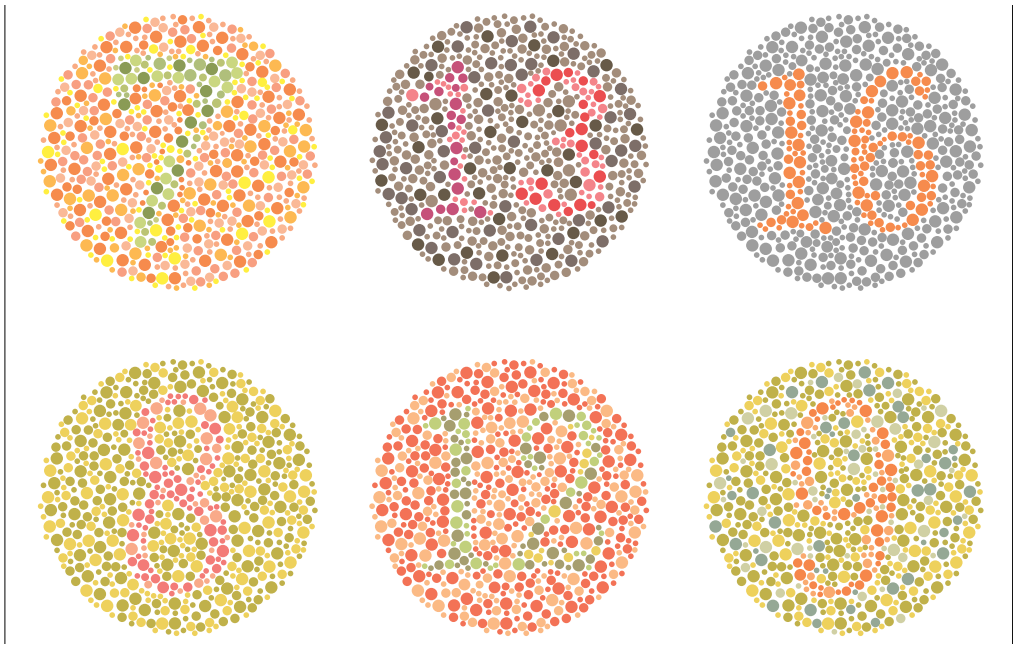


Abb. 65: Evaluationen müssen praktikabel sein wie ein Sehtest: einfach, schnell und kostengünstig.

5.1 Kriterien zur Erzielung aussagekräftiger Ergebnisse

Stellen Sie sich vor, Sie besuchen eine große Ausstellung. Nun hält Sie während Ihres Aufenthalts ein uniformierter und bewaffneter Polizist an, der Sie auffordert, ihm für eine Befragung Rede und Antwort zu stehen. Eigentlich haben Sie ja etwas anderes geplant, als Ihre Zeit mit Frage-Antwort-Spielchen zu verbringen, daher fragen Sie nach, ob das denn unbedingt sein müsse. Als Antwort erhalten Sie ein schneidendes: *„Was glauben Sie denn, warum ich hier bin?“*

Abb. 68: Würden Sie diesem Mann eine Befragung verweigern?

Diese Geschichte basiert auf einer wahren Begebenheit, die sich in Australien ereignete.[5] Im Ergebnis ließen sich alle der auf diese Art Angesprochenen interviewen, vermutlich beeinflusst durch die (angenommene) Respektsperson. Die Vermutung liegt deshalb nahe, weil bei den Kolleginnen und Kollegen des Polizisten, die ebenfalls Interviews in besagter Ausstellung durchführten, im Schnitt 25% der Angesprochenen das Interview verweigerten – im Gegensatz zum Polizisten, der keine einzige Verweigerung erleben mußte. Was war geschehen?

Der Polizist war zwar tatsächlich echt, allerdings war die Interviewertätigkeit lediglich ein Nebenjob für ihn. In voller Uniform in Verbindung mit autoritärem Auftreten „gewann“ er alle Befragten für das Interview – und verfälschte dabei möglicherweise die Befragungsergebnisse. Die Wahrscheinlichkeit, dass Gäste „sozial erwünscht“ geantwortet haben, liegt bei einem derartigen Vorgehen nahe.

„Sozial erwünscht“ bedeutet, dass interviewte Gäste das antworten, von dem sie annehmen, dass es der Interviewer hören will und nicht unbedingt das, was sie wirklich meinen. Dies ist bei Befragungen ein weit verbreitetes Problem, das aus vielen Gründen zum Tragen kommen kann. Daher sollten Interviewer grundsätzlich so neutral wie möglich auftreten, um die Befragten nicht bereits durch Kleidung, Ansprache, Auftreten, etc. zu beeinflussen.

Während die sogenannte soziale Erwünschtheit eine von mehreren Fragen der Gültigkeit in der Besucherforschung ist, gibt es auch noch Aspekte, die sich mit der Verlässlichkeit und der Repräsentativität einer Erhebung befassen. Diese drei Punkte: **Gültigkeit, Verlässlichkeit und Repräsentativität sind zentrale Kriterien, an denen fest gemacht werden kann, ob eine Untersuchung ordentlich konzipiert und durchgeführt wurde – oder eben nicht.** Um diese drei Kriterien, gleichermaßen den „Elchtest“ für Evaluationen, geht es im Folgenden.

Mögliche Beobachtungszeiträume

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
1. Juni	**2. Juni**	**3. Juni**	**4. Juni**	**5. Juni**	**6. Juni**	**7. Juni**
8-9	8-9	8-9	8-9	8-9	8-9	8-9
9-10	9-10	9-10	9-10	9-10	9-10	9-10
10-11	10-11	10-11	10-11	10-11	10-11	10-11
11-12	11-12	11-12	11-12	11-12	11-12	11-12
12-13	12-13	12-13	12-13	12-13	12-13	12-13
13-14	13-14	13-14	13-14	13-14	13-14	13-14
14-15	14-15	14-15**	14-15	14-15	14-15	14-15
15-16	15-16	15-16	15-16	15-16	15-16	15-16
16-17	16-17	16-17	16-17	16-17	16-17	16-17
17-18	17-18	17-18	17-18	17-18	17-18	17-18
18-19	18-19	18-19	18-19	18-19	18-19	18-19
19-20	19-20	19-20	19-20	19-20	19-20	19-20

** Beginne bspw. hier und wähle jeden siebten Zeitblock

Abb. 72: Mögliche Beobachtungszeiträume, um eine zufällige Stichprobe zu gewährleisten[10]

Drittens müssen Beobachtungen auch *räumlich repräsentativ* sein. Dies kann erreicht werden, indem Gäste nach Überschreiten realer oder fiktiver Grenzen beobachtet werden. Eine reale Grenze kann eine Türschwelle, eine fiktiv Grenze unter anderem eine gedachte Linie quer über einen Weg sein. Die Beobachtung wird beendet, sobald der Gast einen vorab definierten Raum oder Weg wieder verlassen hat. Praktische Beispiele wären das Betreten und Verlassen eines Austellungsraums, oder der Beginn und das Ende eines Erlebnispfades.

Und viertens sollten *genügend Gäste* untersucht werden, um zu gewährleisten, dass die Daten verallgemeinerbar sind. Wenn eine Erhebung auf Verallgemeinerbarkeit ausgerichtet ist, dann ist es in der informellen Bildung sinnvoll, von mindestens 100-150 Gästen Daten zu erheben. Für erste Trendergebnisse reichen teilweise Daten von 30-40 Gästen.

Um besser einschätzen zu können, wo die eigene Einrichtung steht, ist es sinnvoll, mit Kolleginnen und Kollegen ähnlicher Einrichtungen im selben Zeitraum vergleichbare Untersuchungen durchzuführen. Elektronische Systeme erleichtern einen solchen Vergleich bereits erheblich und ermöglichen einen anonymisierten, laufenden *Vergleich* (sog. benchmarking). In den USA haben sich beispielsweise bislang ca. 20 Science Center zusammengetan, um mithilfe von teilweise identischen Fragen Vergleiche zwischen den Häusern zu ermöglichen (Kasten 20).

Kurz: Repräsentative Untersuchungen berücksichtigen eine möglichst typische Gästezusammensetzung, eine aussagekräftige Menge an Untersuchten, und sind auch zeitlich und räumlich repräsentativ.

5.1.3 Verlässlichkeit

Evaluationen sollten bei einer Wiederholung unter gleichen Rahmenbedingungen zu vergleichbaren Ergebnissen kommen. Wenn wiederholte Erhebungen

5.2.3 Praxis-Beispiele

Eine häufige Frage in Workshops ist die nach praktischen Beispielen, möglichst direkt übertragbar und einfach anzuwenden. Aufgrund dieser (verständlichen) Vorliebe für direkt verwendbare Beispiele stelle ich im Weiteren einige aus meiner Sicht verallgemeinerbare, spannende und einfach durchzuführende Befragungsinstrumente vor. (Hinweis: Sollten Sie die hier vorgestellten Befragungsangebote einsetzen, würde ich mich meinerseits über eine Rückmeldung zur Praktikabilität und, wenn möglich, zu Ihren Ergebnissen, freuen.)

5.2.3.1 Befragungsfallbeispiel 1: Interessen des Gastes abfragen

Egal, ob Zoo, Museum, Schutzgebiet, botanischer Garten, etc., allen Einrichtung gemeinsam ist, dass sie ihren Gästen (meist) etwas „mitgeben" möchten, etwas, das über einen als angenehm empfundenen Aufenthalt hinausgeht (s. Kap. 2.3.2). Ob bei der Planung eines Geheges oder einer Ausstellung, einer Gästeführung oder Show-Veranstaltung, der Entwicklung eines Faltblatts oder der Konzeption von Beschilderungen, immer geht es auch um die Frage (oder sollte es um die Frage gehen), was für den Gast relevant ist. Eine wirkliche Überprüfung des Interesses der Gäste an den Informationen der Einrichtungen findet jedoch normalerweise nicht statt. Dabei wäre es ganz einfach und, zumal beim Bau von teuren, neuen Ausstellungen oder Museumsgebäuden auch noch kostengünstig zu realisieren. Neben der Durchführung von Sekundäranalysen (Literaturanalysen, Expertenbefragungen) könnten einfach auch

Leitfaden zur Umfrage: „Was wollen Gäste auf unseren Tafeln lesen?"

Befragungszeitpunkt: Wenn möglich, Durchführung der Befragung nach dem Besuch der Einrichtung, oder auch nach einer Gästeführung. Dann haben die Gäste einen Eindruck vom Angebot und können die angegebenen Punkte voraussichtlich besser bewerten. Wenn das nicht möglich ist, Durchführung der Befragung zu einem anderen Zeitpunkt während des Besuchs.
Alter: Befragung von Gästen ab 14 Jahren, nicht jünger.

Material: Falls notwendig (z. B. im Außenbereich), bieten Sie den Gästen eine witterungsgeschützte Möglichkeit zum Ausfüllen. Ebenso sollten ausreichend viele funktionsfähige Schreibstifte bereitgehalten werden.

Befragungsumfang: Um aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen, sollten optimalerweise mindestens 100 auswertbare Rückläufe zusammen kommen.

Beispiel für Gästeansprache: *„Guten Tag, mein Name ist Lars Wohlers! Für künftige Beschilderungen würden wir gerne wissen, was unsere Gäste besonders interessiert. Aus diesem Grund möchten wir Sie fragen, was für Sie persönlich am wichtigsten ist. Dazu haben wir hier eine einzige Frage, bei der wir sehr dankbar wären, wenn Sie uns diese beantworten würden, es dauert nur ca. 1-2 Minuten. Den angekreuzten Bogen bitte in diesen Karton [nur Beispiel!] einwerfen, danke!"*
(Dann ausgeben, Diskretionsabstand halten, für Fragen zur Verfügung stehen, Gäste nicht durch Meinungsäußerungen vonseiten der Interviewenden beeinflussen)

Kasten 23a: Leitfaden für Umfragen zum inhaltlichen Interesse der Gäste (exemplarische Ergebnisse s. a. S. 30/Grafik 2).

ÜBER DEN AUTOR

Dr. Lars Wohlers
KON-TIKI, Büro für Bildungs- und Erlebnisplanung
Böhmsholzer Weg 22a
21394 Südergellersen/Heiligenthal
Tel.: +49 (0)4135 - 317 9948
Fax: +49 (0)4135 - 317 9000
Email: wohlers@kon-tiki.eu
Web: www.kon-tiki.eu

- Geb. 1967, verh./2 Kinder
- 1989 – 1995: Studium der Angewandten Kulturwissenschaften mit Schwerpunkt Ökologie u. Umweltbildung, studienbegleitende Tätigkeiten in der Umweltbildung in den USA, Kanada, Chile und England.
- 1995 – 2006: Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Umweltkommunikation der Universität Leuphana/Lüneburg bei Prof. Dr. Gerd Michelsen. 2000 Promotion zum Thema „Informelle Umweltbildung am Beispiel der deutschen Nationalparke". Lehre und Forschung in Theorie und Praxis u. a. zu informeller Umweltbildung, Besucherforschung, Umweltberatung und Earth Education.
- Seit 2006 Selbstständiger Berater, Planer und Trainer

2006 - Gründung von KON-TIKI – Büro für Bildungs- und Erlebnisplanung (ausgezeichnet u. a. durch n.design [Niedersachsendesign] und UN-Dekade Biologische Vielfalt)
Konzeptionen, Trainings, Evaluationen und Projektrealisierungen für verschiedene Einrichtungen (Museen und Erlebniszentren, Schutzgebiete, Verbände, Öffentliche Auftraggeber, Forschungs- und Planungsbüros) im In- und Ausland. Referent für Weiterbildungen in Deutschland, England, Italien, Niederlande, Lettland, Bulgarien, Rumänien, Ungarn, Ägypten)

Schwerpunkte Beratungskompetenz:
- Bildungs- und Erlebnisplanung informeller Bildung
- Evaluation/Besucherforschung
- Trainings (Planung informeller Bildung, Gästeführungen, Textgestaltung, Evaluation)

Mitglied in folgenden Bildungsorganisationen:
- Gründungsmitglied Experiential Interpretive Design (EID)
- Wissenschaftlicher Beirat für Umweltbildung im Deutschen Wildgehegeverband e. V. (DWV)
- Wissenschaftlicher Beirat des Instituts für Bäder- und Tourismusforschung Nordeuropa (NIT)
- Internat. Besucherforschungsverband VSA (Visitor Studies Association)
- Britischer Besucherforschungsverband VSG (Visitor Studies Group)
- Internat. Verband für informelle Bildung NAI (Nat. Ass. for Interpretation)
- Internationaler Dachverband für informelle Bildung IE (Interpret Europe)
- Bundesverband Museumspädagogik (BVMP)
- Verband der deutschsprachigen Zoopädagogen (VzP)

ÜBER KON-TIKI

Erlebnisplanung statt Ideensammlung

Die Gäste in Ihrer Einrichtung kommen in erster Linie, um eine erlebnisreiche Zeit zu verbringen. Und das ist gut so. Warum? Weil Inhalte am besten über starke Erlebnisse vermittelt werden können.
Dafür bedarf es kreativer Ideen, kein Zweifel. Doch das allein reicht nicht aus, denn schließlich gilt es einen Bildungsauftrag zu erfüllen. Was oft noch zu kurz kommt, ist die Struktur hinter der Kreativität.
Erlebnisse in informellen Bildungseinrichtungen müssen u.a. mit bedeutsamen Botschaften, Images und didaktischen Organisatoren verbunden werden.
Seit über 20 Jahren beschäftigen wir von KON-TIKI uns mit Erlebnisplanung. In dieser Zeit haben wir verschiedene Instrumente für erlebnisreiche und strukturierte Angebote entwickelt.

www.kon-tiki.eu/erlebnisplanung

Besucherforschung statt Gästezählung

Viele Gäste sind natürlich ein wünschenswertes Ziel. Nur werden Gästezahlen oft noch als alleiniges Erfolgskriterium (miss)verstanden.
Doch was sonst ist „Erfolg“ für Ihre Einrichtung? Wer genau sind Ihre Gäste, woher kommen sie und wie wollen Sie sie erreichen? Wie sollte Ihre Kommunikation methodisch auch aus Sicht Ihrer Gäste optimalerweise aussehen? Und was kommt „unter dem Strich“ dabei raus?
Fragen über Fragen, aber – je mehr Sie über Ihre Gäste wissen, desto passgenauer lässt sich Ihr Erlebnisangebot aktualisieren, planen und nach außen darstellen und desto wahrscheinlicher ist auch der Erfolg!
Von Zielgruppenanalysen in der Entwicklungsphase Ihres Projekts, über Tests Ihrer konzeptionellen Überlegungen bis hin zu Erfolgskontrollen, gerne begleiten wir Sie dabei, die „Stimme“ Ihres Gastes einzuholen.

www.kon-tiki.eu/besucherforschung

Weiterbildung statt „mündliche Überlieferung“

In der informellen Bildung besteht immer noch die Tendenz zur Qualifikation durch „mündliche Überlieferung“. Wie Inhalte den Gästen am besten kommuniziert werden, erfahren neue Mitarbeiter oft nebenbei durch Kollegen, die einfach „länger dabei sind“.
Eigentlich erstaunlich, wenn wir uns vor Augen führen, welche Anforderungen an die Ausbildung in anderen Bildungsbereichen gestellt werden (z.B. Lehramtsstudium).
Wir meinen, im sich entwickelnden informellen Bildungsbereich sind ebenfalls kompakte Weiterbildungsangebote nötig. Nur so lässt sich die Bedeutung unseres Natur- und Kulturerbes dauerhaft professionell kommunizieren.
Dafür bieten wir von KON-TIKI Ihnen eine Reihe von Weiterbildungsmöglichkeiten für die Planung, die methodische Umsetzung und das Management informeller Bildung.

www.kon-tiki.eu/weiterbildung

Informelle Bildung ist Bildung in Urlaub und Freizeit. Informell deshalb, weil die Angebote einen klaren Freizeitcharakter haben, Bildung deshalb, weil sie von Anbieterseite geplant sind. Wichtig für informelle Bildungsangebote ist ihr erlebnisorientierter Charakter.

Das Potenzial: Bundesweit existieren mehr als 6.000 Einrichtungen der informellen Bildung mit weit mehr als 100 Millionen Gästen. Klassische Beispiele sind Großschutzgebiete, Museen, historische Orte, Zoos und Wildparks, Botanische Gärten, etc.

Warum diese Einrichtungen wichtig sind? Nicht zuletzt, weil es hier einerseits um die Bewahrung und Begegnung mit unserem Natur- und Kulturerbe geht, andererseits, weil an diesen Orten große, aktuelle Themen unserer Zeit bewegt werden können, wie Klimawandel, Artensterben, Frieden, Gesundheit, Konsum und andere Themen - zum Beispiel aus dem Kanon der UN-Nachhaltigkeitsziele.

Was die dringend notwendige Professionalisierung durch aufeinander aufbauende Weiterbildungen oder gar Ausbildungen, Grundlagen- und Praxisforschung angeht, besteht in Deutschland nach wie vor weitgehend Nachholbedarf, wenn auch in unterschiedlichem Umfang.

Der Autor Lars Wohlers ist seit 30 Jahren in Theorie und Praxis mit informeller Bildung befasst.

Diese Publikation ist als ein praxisorientierter Beitrag zur Weiterentwicklung informeller Bildung gedacht.

Neben einer kurzen inhaltlichen Einordnung erwartet den Leser eine ausführlichere Einführung in grundlegende Planungsprozesse, zwei fast allgegenwärtige Themen (Texte und Gästeführungen), sowie qualitätssichernde Grundlagen der Besucherforschung. Weitere Themen für eine Fortführung der Publikation sind angedacht, melden Sie sich gerne auch mit Vorschlägen oder Wünschen.

Leserstimmen:

„Sehr nützlich für die Praxis, sehr solide wissenschaftlich abgesichert."

(Prof. Dr. Gerd Michelsen, Seniorprofessor für Nachhaltigkeitsforschung Universität Leuphana)

„Inhaltlich und auch sprachlich sehr gelungen. Schöne Beispiele und Bilder, die man nicht immer sieht. Eigentlich ist ein solches Handbuch längst fällig."

(Dr. Thomas Pyhel, stellv. DBU-Abteilungsleiter Umweltkommunikation und Kulturgüterschutz)

„...umfasst ziemlich genau die Themen, die methodisch immer wieder angefragt sind. Sie sollten damit also auf großes Interesse stoßen."

(Dr. Andreas Grünewald Steiger, Programmleiter Museum an der Bundesakademie für Kulturelle Bildung e.V.)

„Sie sind sehr umfassend und vermitteln die informativen Inhalte anschaulich."

(Kim Adam, Adam & Partner Unternehmensberatung)

„Ich habe es gerade fertig gelesen, Glückwunsch! Unterhaltsam, humorvoll und zum Nachdenken anregend!"

(Andrea Hübner, Sozialpsychologin und Kunsthistorikerin)

„Ich freue mich sehr auf das Handbuch - es gibt wirklich zu wenig zum Thema auf praktischer Ebene."

(Marina Hethke [Dipl.Ing.agr./MA Umwelt & Bildung], Kuratorin Universität Kassel, Gewächshaus für tropische Nutzpflanzen)

„Ich konnte aus allen Kapiteln viel für mich mitnehmen und musste oft schmunzeln bei den Praxisbeispielen aus der Realität."

(Uta Wiesner, Bildungsreferentin Hamburger Klimaschutzstiftung)